

PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS EKSTERNAL DAN PERENCANAAN STRATEGI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

Oleh:

Mahmud Nuhung

(Dosen FE Unismuh Makassar)

Latar Belakang Masalah

Krisis ekonomi yang melanda negara-negara Asia tahun 1997, berpengaruh terhadap perusahaan-perusahaan di Indonesia. Data dari Indonesian Capital Market Directory tahun 2010, menunjukkan sebagian besar kinerja keuangan perusahaan mengalami perubahan yang mencolok. Fenomena ini menunjukkan krisis ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan diantaranya faktor lingkungan bisnis eksternal seperti kebijakan pemerintah, kekuatan hukum dan politik, teknologi, sumberdaya, pesaing, selera pelanggan dan pengelolaan perusahaan. Lingkungan bisnis eksternal merupakan lingkungan yang berada diluar perusahaan, namun dipertim-bangkan dalam pengambilan keputusan bisnis.

Lingkungan bisnis (business environment), dapat dibedakan atas lingkungan eksternal dan lingkungan internal (Blocher & Thomas W. Lin 2000; 9). membedakan lingkungan bisnis atas lingkungan jauh, lingkungan industri dan lingkungan operasional. Lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan makro dan lingkungan industri. Lingkungan internal terdiri dari struktur (structure), budaya (culture), sumber daya (resources) (Karhi Nisajar and Winardi: 1997; 10).

Globalisasi dan krisis ekonomi yang terjadi pada bulan Juli tahun 1997, merupakan salah satu faktor lingkungan makro yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Lingkungan makro yang berpengaruh terhadap organisasi terdiri dari, kekuatan politik dan hukum, kekuatan ekonomi, kekuatan teknologi, serta kekuatan sosial dan budaya.

Krisis likuiditas yang mempengaruhi lingkungan bisnis ini tidak hanya sampai disini. Selanjutnya kekuatan politik dan hukum juga ikut mempengaruhi kinerja perusahaan, sehingga terjadi krisis kepercayaan terhadap pemerintah. Bukan hanya krisis kepercayaan pada pemegang kekuasaan pemerintah, namun kepercayaan terhadap pimpinan badan usaha milik negara dan otoritas moneter juga terjadi.

Perencanaan strategik merupakan suatu proses manajemen yang sistematis yang dapat diartikan sebagai suatu proses pengambilan keputusan atas program- program yang akan dilaksanakan oleh perusahaan dan perkiraan jumlah sumber daya yang akan dialokasikan dalam setiap program selama beberapa tahun ke depan (Erwin A Koetin, 2001 ;300). Perencanaan strategik menempati posisi yang krusial, karena menentukan kekomprehensifan, kekoherenan, dan keseimbangan rencana jangka panjang dan rencana jangka pendek yang dihasilkan oleh perusahaan (Mulyadi, 2001; 121). Perencanaan strategik menghasilkan keluaran yaitu, (1) sasaran strategik (strategic objective), (2) inisiatif strategik (strategic initiative) dan (3) target.

Percepatan perubahan lingkungan yang menimbulkan ketidakpastian sudah dirumuskan dan selanjutnya mempengaruhi kinerja. Dalam hal ini diperlukan sistem penilaian kinerja yang tidak hanya mengukur kinerja dari aspek keuangan semata, akan tetapi juga aspek bisnis internal, pelanggan serta pertumbuhan & pembelajaran

(Kaplan & Northern 1998; 25). Penilaian kinerja yang demikian dikenal sebagai penilaian kinerja dengan pendekatan balanced scorecard.

Disamping itu pengukuran kinerja dengan balanced scorecard bukan hanya penggabungan ukuran keuangan dan non keuangan, melainkan merupakan hasil dari suatu proses atas-bawah (top-down). Keberhasilan ukuran-ukuran dengan menggunakan balanced scorecard harus dikaitkan dengan strategi perusahaan. Berdasarkan kondisi yang telah dikemukakan di atas, dapat dikemukakan bahwa tema sentral penelitian ini adalah "Kinerja perusahaan diduga dipengaruhi oleh lingkungan bisnis eksternal yang penuh dengan ketidakpastian dan perencanaan strategik yang disusun perusahaan."

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh lingkungan bisnis eksternal dan perencanaan strategis terhadap kinerja perusahaan.
2. Variabel manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

Tinjauan Teori

Bukti empiris yang ada pada umumnya menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil menyelaraskan strateginya dengan lingkungan eksternal yang dihadapinya akan memperlihatkan kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang kurang berhasil menyelaraskan strateginya..

Ada dua pendekatan untuk mengukur lingkungan bisnis eksternal, yaitu ukuran obyektif (objectif environmental measures) dan ukuran subyektif/ persepsi (perceptual environmental measures) Dess, (2003). Pengukuran lingkungan bisnis eksternal dengan pendekatan obyektif dilakukan dengan menggunakan data-data industri seperti, pertumbuhan penjualan industri dan rasio konsentrasi industri (Badudu,

1994). Sementara pengukuran lingkungan bisnis eksternal dengan pendekatan subyektif dilakukan dengan menggunakan atensi dan interpretasi manajer sebagai informan kunci (key informan) dari lingkungan yang dihadapi perusahaan. Hal ini memungkinkan para peneliti menggambarkan lingkungan bisnis eksternal berdasarkan perspektif anggota perusahaan dalam hal ini manajer dan top manajer (Blocher, Edward J., 2000).

Banyak terjadi perdebatan dalam hal mengukur lingkungan bisnis eksternal, apakah lingkungan eksternal seharusnya diperlakukan sebagai suatu kenyataan (objective reality) atau sebagai fenomena berdasarkan persepsi saja (perceptual phenomenon) (Blocher, Edward J, 1996). Hal yang utama adalah bukan pada apakah lingkungan harus diukur secara obyektif atau berdasarkan persepsi, tetapi yang harus diperhatikan adalah masalah relevansinya. Dalam proses pengambilan keputusan (decision making), untuk mempelajari perilaku dan tindakan manajerial serta formulasi dan perencanaan strategik ukuran subyektif lebih relevan digunakan. Sementara ukuran obyektif relevan untuk memahami dan mengukur hambatan eksternal (external constraints) yang dihadapi perusahaan dan kualitas peluang yang tersedia. Oleh karena itu ukuran obyektif lebih tepat digunakan oleh peneliti yang menggunakan model ketergantungan pada sumberdaya dan model pendekatan ekologi populasi. Sedangkan kajian tentang tindakan perusahaan seperti dalam penetapan strategi perusahaan lebih tepat menggunakan ukuran berdasarkan persepsi. Ukuran berdasarkan persepsi lebih penting karena persepsi dapat membentuk perilaku manajerial (managerial behavior) yang pada gilirannya, akan mempengaruhi pilihan manajerial (managerial choice). Dahlan Siamat (1999) menjelaskan bahwa persepsi dan interpretasi manajer terhadap lingkungan-nya merupakan dasar bagi tindakan strategik (strategic

action). Argumen di atas mendukung pengukuran lingkungan berdasarkan persepsi (subyektive measure), dalam hal ini persepsi manajer secara metodologi adalah valid, serta mempunyai tingkat akurasi yang tidak kalah dengan ukuran obyektif.

Berdasarkan alasan yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini variabel lingkungan bisnis eksternal diukur berdasarkan persepsi dan interpretasi manajer, artinya penelitian menggunakan ukuran subyektif. Dalam hal ini manajer mengukur lingkungan bisnis eksternal berdasarkan tingkat ketidakpastiannya.

Saat ini pengenalan lingkungan eksternal secara tepat semakin penting karena (Supriyono, 1999 ;63):

1. Jumlah faktor yang berpengaruh tidak pernah konstan melainkan selalu berubah,
2. Intensitas dampaknya beraneka ragam,
3. Adanya faktor eksternal yang merupakan “kejutan” yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya betapapun cermatnya analisis “SWOT” dilakukan,
4. Kondisi eksternal berada diluar kemampuan perusahaan untuk mengendalikannya.

Teori manajemen mengatakan analisis lingkungan bisnis terdiri dari dua komponen pokok, yakni analisis lingkungan makro (macro environment) dan lingkungan industri (competitive environment). Lingkungan makro terdiri dari kekuatan ekonomi, kekuatan politik dan hukum, kekuatan teknologi dan kekuatan sosial dan budaya (Hitt, Michael A., R., 1997). Keseluruh kekuatan yang ada dalam lingkungan makro ini memiliki pengaruh yang langsung terhadap prospek perusahaan, namun disaat yang sama juga memiliki pengaruh tidak langsung melalui lingkungan industri (Suwarsono, 2000). Pengaruh tidak langsung ini dapat ter-jadi jika masing-masing komponen lingkungan

makro berpengaruh terlebih dahulu pada lingkungan industri sebelum gilirannya berpengaruh pada perusahaan. Jadi disini lingkungan makro sebagai variabel bebas (independent variabel), prospek perusahaan sebagai variabel tidak bebas (dependent variabel), sementara lingkungan industri sebagai intervening variabel. Namun dalam penelitian ini tidak diuji pengaruh masing-masing kekuatan tersebut mengingat keterbatasan dalam hal waktu, dana dan referensi.

Lingkungan sosial yang dimaksud yaitu (Tony Grundy, 1995):

1. Kekuatan Ekonomi
2. Kekuatan Teknologi
3. Kekuatan hukum-politik
4. Kekuatan Sosial Budaya

Ada enam kecendrungan sosial budaya yang dapat membantu menentukan masa yang akan datang. (1)Kepedulian terhadap lingkungan yang semakin meningkat, (2)Pertumbuhan pasar senior, (3)Ledakan kecil bayi baru, (4)Penurunan pasar masal, (5)Jarak dan lokasi tempat hidup, (6)Perubahan pada rumah tangga.

Hitt and Ireland (1997:40) membagi unsur-unsur lingkungan eksternal sebagai berikut yaitu terdiri dari lingkungan umum dan lingkungan industri. Lingkungan umum dibagi atas kekuatan ekonomi, sosial budaya, teknologi, politik/ hukum dan demografis.

Menurut Porter, ada 5 kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri: (1) ancaman masuknya pendatang baru, (2) kekuatan tawar menawar pemasok, (3) kekuatan tawar menawar pembeli, (4) Ancaman produk substitusi, dan (5) persaingan dalam industri. Untuk menyusun rancangan strategi yang baik dan agar dapat menduduki posisi yang kompetitif dalam industrinya maka perusahaan harus dapat meminimumkan dampak kelima kekuatan tersebut.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok unit analisis atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Murfa Surya Mahardika tahun 2011 yang berjumlah 147 agen. Sampel penelitian ditetapkan secara sengaja (purposive sampling) sebanyak 50 orang dengan pertimbangan tertentu yaitu kemampuan menjangkau responden penelitian.

Teknik Analisis

Untuk menjawab masalah penelitian digunakan analisis statistik inferensial dengan menggunakan alat analisis regresi berganda dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + E$$

Keterangan:

Y = Kinerja Perusahaan

X1 = Lingkungan Bisnis Eksternal

X2 = Perencanaan Strategis

B0 = Konstanta (nilai Y jika X = 0)

B1 – B2 = Koefisien regresi

E = Faktor kesalahan

Karakteristik Responden

Pengungkapan identitas responden dilakukan sebagai upaya untuk memberikan gambaran bahwa dalam penelitian ini ada beragam responden yang dijadikan sampel. Merujuk pada masalah penelitian

yang dirumuskan, maka identitas responden seperti jenis kelamin, dan pendidikan tertinggi, tidak dimaksudkan untuk menghubungkannya dengan hasil analisis data penelitian tetapi paling tidak akan mengungkap karakterisasi responden yang sempat terjaring. Penelitian dilakukan terhadap 50 orang responden, seluruhnya merupakan karyawan yang bekerja pada PT. Murfa Surya Mahardika Regional Sulawesi Selatan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan bisnis dan perencanaan strategis terhadap kinerja perusahaan pada PT. Murfa Surya Mahardika Regional Sulawesi Selatan.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persen (%)
1	Laki-laki	38	95
2	Perempuan	2	5
	Total	40	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah, 2011

Berdasarkan jenis kelamin dapat digambarkan bahwa 95 % responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu 38 orang, jauh lebih banyak dari responden perempuan yang hanya 2 orang atau 5 % saja.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat menjadi ukuran (walaupun tidak mutlak) yang dapat menentukan keluasan wawasan, kemampuan-kemampuan (*capabilities*), sikap (*attitudes*), nilai-nilai

(*value*), dan kebutuhan-kebutuhan (*needs*). Bagi seorang karyawan, tingkat pendidikan merupakan hal yang penting karena dapat berhubungan dengan golongan dan kepangkatan dan jika dihubungkan dengan kinerja, maka secara teoritik semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin tinggi pula kemampuan kerjanya, semakin tinggi tanggung jawabnya terhadap pekerjaan, semakin tinggi nilai-nilai yang dianut, dan tentu semakin tinggi pula kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Hasil penelitian mengenai tingkat pendidikan responden ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persen (%)
1	SMA Sederajat	9	22,5
3	Sarjana S1	22	55,0
4	Sarjana S2	9	22,5
	Total	40	100,0

Sumber : Data primer diolah, 2011

Data yang ditunjukkan pada tabel 4.2 tersebut di atas menunjukkan bahwa umumnya responden penelitian ini memiliki jenjang pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) yaitu sebanyak 22 orang responden (55,0 %) kemudian responden yang jenjang pendidikan SMA Sederajat dan Sarjana Strata Dua (S2) masing-masing sebanyak 9 orang (22,5 %).. Hal ini menggambarkan heterogenitas responden dilihat dari jenjang pendidikannya.

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari 3 (Tiga) variabel yang terdiri dari dua komponen yaitu 2 (Dua) variabel independen, meliputi Lingkungan

Bisnis Eksternal (X1), dan Perencanaan Strategis (X2), kemudian 1 (satu) variabel dependen yaitu kinerja perusahaan (Y). Pada sub bab ini akan diuraikan distribusi jawaban responden terhadap variabel penelitian

1. Lingkungan Bisnis Eksternal

Gambaran lingkungan bisnis eksternal yang terdiri lingkungan makro dan lingkungan industri yang diperoleh dari kuesioner yang diajukan kepada responden, Data tentang jawaban responden terhadap variabel Lingkungan Bisnis Eksternal diperoleh dari 40 orang responden. Berdasarkan hal tersebut dapat dibuatkan tabel distribusi frekuensi sebagai berikut terlihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Distribusi jawaban responden terhadap Pertanyaan yang Berkaitan dengan Variabel Lingkungan Bisnis Eksternal.

No.	Klasifikasi	Frekuensi	
		F	%
1.	Sangat mendukung	3	7,5
2.	Mendukung	32	80
3.	Cukup mendukung	5	12,5
Jumlah		40	100,00

Sumber : Data primer setelah diolah, 2011

Berdasar hasil pengolahan data secara statistik deskriptif di atas, secara umum dapat dinyatakan bahwa sebagian besar atau 32 orang (80,0 %) responden mendukung adanya lingkungan bisnis eksternal, 5 orang cukup mendukung (12%) dan 3 orang atau (7,5 %) sangat mendukung . Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa perusahaan harus memiliki aturan lingkungan bisnis eksternal yang baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Perencanaan Strategis

Data tentang jawaban responden terhadap variabel perencanaan strategis diperoleh dari 40 orang responden. Hasil penelitian yang diperoleh untuk variabel perencanaan strategik (RenStra) yang terdiri dari sasaran strategik, inisiatif strategik dan target, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.4 Distribusi jawaban responden terhadap Pertanyaan yang Berkaitan dengan Variabel Perencanaan Strategis

No.	Klasifikasi	Frekuensi	
		F	%
1.	Sangat mendukung	2	5,0
2.	Mendukung	31	77,5
3.	Cukup mendukung	7	17,5
Jumlah		40	100,00

Sumber : Data primer setelah diolah, 2011

Berdasar hasil pengolahan data statistik deskriptif di atas, secara umum dapat dinyatakan bahwa sebagian besar atau 31 orang (77,5 %) responden mendukung adanya perencanaan strategis terhadap perusahaan, 7 orang cukup mendukung (17,5%) dan 2 orang atau (5,0 %) sangat mendukung . Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa perusahaan juga harus memiliki perencanaan yang strategis yang baik dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

3. Kinerja

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kinerja perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika adalah kuisioner yang terdiri dari 5 item pertanyaan. perspektif pertumbuhan dan pembelajaran dalam menjelaskan kinerja perusahaan membuktikan bahwa para

perencana strategi sama-sama berpendapat bahwa peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan sebaiknya dimulai dengan adanya peningkatan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Dalam perspektif pertumbuhan dan pembelajaran dimulai dengan meningkatnya kapabilitas personel dan meningkatnya komitmen personel, yang selanjutnya akan meningkatkan kualitas pelayanan atau kualitas produk yang dihasilkan di perspektif bisnis internal yang akhirnya akan meningkatkan perspektif keuangan. Data tentang jawaban responden terhadap variabel kinerja perusahaan diperoleh dari 40 orang responden. Berdasarkan hal tersebut dapat dibuatkan tabel distribusi sebagai berikut.

Tabel 5.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan yang Berkaitan dengan Variabel Kinerja.

No.	Klasifikasi	Frekuensi	
		F	%
1.	Cukup	5	12,5
2.	Tinggi	32	80,0
3.	Sangat Tinggi	3	17,5
		40	100,0

Sumber : Data primer setelah diolah, 2011

Berdasar hasil pengolahan data pada table di atas, secara umum dapat dinyatakan bahwa sebagian besar atau 32 orang (80,0 %) responden menanggapi kinerja perusahaan yang tinggi. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja perusahaan, maka pihak pimpinan perusahaan harus menunjang lingkungan bisnis eksternal dan perencanaan strategis yang lebih efisien.

Hasil Analisis Penelitian

Untuk menguji hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara lingkungan bisnis eksternal terhadap kinerja perusahaan pada PT. Murfa Surya Mahardika Regional Sulawesi Selatan, maka data hasil penelitian diolah dengan bantuan program SPSS Versi 18.0. Dari hasil analisis diperoleh persamaan linear regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,088 + 0,573X_1 + 0,412X_2 + E$$

Dari persamaan regresi berganda seperti di atas, maka diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien $b_0 = 0,088$ menunjukkan bahwa apabila nilai X_1 dan X_2 sama dengan nol maka kinerja perusahaan hanya sekitar 0,088 (kategori sangat rendah).
2. Nilai koefisien $b_1 = 0,573$ berarti Lingkungan Bisnis Eksternal di Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika memiliki hubungan yang searah dengan peningkatan kinerja di Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika sehingga jika Lingkungan Bisnis Eksternal meningkat maka kinerja Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika juga akan meningkat, dengan asumsi faktor lainnya konstan.
3. Nilai koefisien $b_2 = 0,412$ berarti jika Perencanaan Strategis dapat diimplementasikan secara baik sesuai dengan tuntutan perusahaan, maka diperkirakan akan dapat meningkatkan kinerja Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika.

Dari seluruh variabel yang dimasukkan dalam model seperti ditunjukkan pada persamaan regresi di atas, seluruh variabel memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja Perusahaan. Hal ini berarti bahwa naik turunnya kedua variabel yang dimasukkan dalam model analisis tersebut akan mempengaruhi naik turunnya kinerja Perusahaan di PT. Murfa Surya Mahardika. Selanjutnya hasil analisis of varians

(ANOVA) pada lampiran menunjukkan nilai F (Value) = 107,396 dengan nilai probability (signifikansi) 0,000^a memberikan informasi tentang signifikansi model pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), ini berarti model yang dipakai signifikan secara statistik karena $P < \alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Karena model signifikan, maka penafsiran, peramalan atau inferensi yang lain dapat dilakukan dengan menggunakan model regresi tersebut. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Lingkungan Bisnis Eksternal dan Perencanaan Strategis, berpengaruh signifikan terhadap kinerja Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika Sulawesi Selatan **dapat diterima**.

Besarnya daya ramal model diberikan oleh nilai koefisien determinasi yang disimbolkan dengan R^2 (R-Square) = 0,853 yang berarti model mempunyai daya ramal sebesar 85,3 % atau sekitar 85 % variasi naik turunnya variabel Y (kinerja Perusahaan) dapat dijelaskan oleh model atau secara bersama-sama dipengaruhi oleh variabel-variabel Lingkungan Bisnis Eksternal dan Perencanaan Strategis sedang sisanya sebesar 15 % diakibatkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model analisis. Tingkat pengaruh kedua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model analisis juga cukup kuat yang ditunjukkan oleh nilai korelasi (R) sebesar 0,924 (lebih mendekati 1)

Hasil-hasil analisis di atas menunjukkan bahwa tingkat Kinerja Perusahaan Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika Sulawesi Selatan secara signifikan dipengaruhi oleh variabel Lingkungan Bisnis Eksternal, dan Perencanaan Strategis.

Kinerja Perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang dite-tapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Kinerja Perusahaan

yang tinggi agar terus bertahan serta meningkatkan jasa dan produk yang dihasilkannya.

Kinerja Perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Dengan demikian penilaian kinerja perusahaan (Companies performance assessment) mengandung makna suatu proses atau sistem penilaian mengenai pelaksanaan kemampuan kerja suatu perusahaan (perusahaan) berdasarkan standar tertentu. Beberapa faktor yang berdasarkan analisis statistik memiliki pengaruh signifikan harus pula menjadi bahan pengkajian dalam membuat perencanaan pengembangan efektivitas kerja perusahaan, khususnya dalam lingkup Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika.

Peningkatan Kinerja Perusahaan di berkaitan erat dengan peningkatan lingkungan bisnis eksternal dan Perencanaan Strategis atau karyawan di dalam suatu lingkungan kerja agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara maksimal terutama dari segi *output*-nya. Peningkatan Kinerja Perusahaan juga memberikan dampak bagi karyawan dimana mereka dapat meningkatkan produktifitasnya sehingga dengan sendirinya dapat meningkatkan taraf hidupnya akibat pencapaian hasil tersebut.

Kinerja Perusahaan mengandung tugas-tugas untuk mengukur berbagai aktivitas tingkat perusahaan sehingga menghasilkan informasi umpan balik untuk melakukan perbaikan perusahaan. Perbaikan perusahaan mengandung makna perbaikan manajemen perusahaan yang meliputi: (a) perbaikan perencanaan, (b) perbaikan proses, dan (c) perbaikan evaluasi. Hasil evaluasi selanjutnya merupakan informasi untuk perbaikan “perencanaan-proses-evaluasi” selanjutnya. Proses “perencanaanproses-evaluasi” harus dilakukan secara terus-menerus

(continuous process improvement) agar faktor strategik (keunggulan bersaing) dapat tercapai.

Di samping itu, hasil akhir yang ingin dicapai dari tingginya Kinerja Perusahaan adalah terpenuhinya target kinerja yang telah direncanakan sebelumnya baik kinerja individu karyawan. Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan ukuran keuangan dan non keuangan. Ukuran keuangan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu dan ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan tentang kepuasan customer, produktivitas dan cost effectiveness proses bisnis/intern serta produktivitas dan komitmen personel yang akan menentukan kinerja keuangan masa yang akan datang. Ukuran keuangan menunjukkan akibat dari berbagai tindakan yang terjadi diluar non keuangan. Peningkatan financial returns yang ditunjukkan dengan ukuran ROE merupakan akibat dari berbagai kinerja operasional seperti: (1) meningkatnya kepercayaan customer terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, (2) meningkatnya produktivitas dan cost effectiveness proses bisnis/intern yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk dan jasa, (3) meningkatnya produktivitas dan komitmen personel. Jadi jika manajemen puncak berkehendak untuk melipatgandakan kinerja keuangan perusahaannya, maka fokus perhatian seharusnya ditujukan untuk memotivasi personel dalam melipatgandakan kinerja di perspektif non keuangan atau operasional, karena disitulah terdapat pemacu sesungguhnya (the real drivers) kinerja keuangan berjangka panjang.

Kinerja Perusahaan juga berkaitan dengan intensi untuk bertahan dalam perusahaan, tetapi tidak secara langsung berkaitan dengan unjuk kerja karena unjuk kerja berkaitan pula dengan motivasi, kejelasan peran, dan kemampun karyawan. Adanya rasa keterikatan pada suatu falsafah dan satuan kerja kemungkinan untuk bertahan dalam satuan

kerja akan lebih tinggi ketimbang karyawan yang tidak mempunyai rasa keterikatan pada satuan kerja. Karyawan yang mempunyai komitmen terhadap satuan kerja menunjukkan kuatnya pengenalan dan keterlibatan karyawan dalam satuan kerja.

Dalam rangka meningkatkan Kinerja Perusahaan di Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika Sulawesi Selatan, diperlukan strategi yang menyeluruh, terarah, dan terukur. Beberapa faktor yang berdasarkan analisis statistik memiliki pengaruh signifikan harus pula menjadi bahan pengkajian untuk membuat perencanaan pengembangan khususnya dalam lingkup Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika Sulawesi Selatan.

Lingkungan Bisnis Eksternal dalam suatu Perusahaan menjadi salah satu faktor kunci yang sangat menentukan berhasil tidaknya suatu Perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Lingkungan Bisnis Eksternal dapat menyentuh berbagai aspek mobilisasi dalam perusahaan. Oleh karena itu, usaha sadar untuk semakin mendalami berbagai segi Lingkungan Bisnis Eksternal yang efektif perlu dilakukan secara terus menerus. Hal ini disebabkan karena keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung pada mutu Lingkungan Bisnis Eksternal. Sehingga wajar bila dikatakan bahwa Lingkungan Bisnis Eksternal dalam perusahaan memainkan salah satu peran yang sangat penting dalam keberhasilan perusahaan tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Bisnis Eksternal berpengaruh dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan di Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika Sulawesi Selatan. Untuk itu, suatu perusahaan harus mampu menggerakkan, mengakomodir kinerja keuangan, dan merancang strategi serta harus bisa menciptakan lingkungan bisnis eksternal yang efektif.

Kinerja keuangan dalam jangka panjang, hanya dapat diwujudkan melalui usaha-usaha dengan menghasilkan value bagi customer, meningkatkan produktivitas dan cost effectiveness proses bisnis/intern, meningkatkan kapabilitas dan komitmen personel. Melalui pengukuran kinerja berdasarkan pendekatan balanced scorecard, perusahaan didorong untuk tidak hanya memberikan perhatian pada proses yang ada, tetapi berusaha mencari metode proses baru yang memberikan value lebih baik bagi pelanggan dan pemegang saham untuk strategi yang telah direncanakan.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, maka strategi peningkatan efektivitas perusahaan harus diarahkan untuk peningkatan Kinerja Perusahaan dengan memperhatikan berbagai faktor seperti melakukan perencanaan strategi agar setiap kegiatan perusahaan senantiasa menunjukkan adanya Lingkungan Bisnis Eksternal yang tinggi, untuk selanjutnya mesti didukung pula oleh manajemen atau pimpinan yang dapat memahami tindakan-tindakan atau inisiatif-inisiatif yang ditempuh oleh perusahaan.

Kesimpulan

1. Lingkungan Bisnis Eksternal dan Perencanaan Strategis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan PT. Murfa Surya Mahardika Sulawesi Selatan. Hal ini ditunjukkan dari uji simultan (uji F) dengan membandingkan antara nilai signifikansi hasil perhitungan sebesar 0,000 lebih kecil dari alfa 0,005.
2. Secara simultan kedua variabel bebas meliputi lingkungan bisnis eksternal dan perencanaan strategis memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kinerja perusahaan, ditunjukkan dari nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,924 (mendekati 1). Daya ramal model juga menunjukkan angka yang cukup besar yaitu dari nilai koefisien

determinasi (R^2) sebesar 0,853 yang berarti sekitar 85,3% perubahan kinerja perusahaan dapat diprediksi oleh variabel lingkungan bisnis eksternal dan perencanaan strategis sedangkan sisanya 14,7% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Variabel lingkungan bisnis eksternal merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan pada PT. Murfa Surya Mahardika Sulawesi Selatan. Hal ini ditunjukkan dari uji parsial yang dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 6,434 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari alfa 0,05 dibandingkan dengan nilai uji t untuk variabel perencanaan strategis nilai t_{hitung} yang lebih kecil dan nilai koefisien betanya juga lebih kecil dibanding nilai koefisien beta untuk variabel lingkungan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Badudu , J S dan Sultan Muhammad Zein, 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Inter Grafika
- Blocher, Edward J., Kung H. Chen., and Thomas W. Lin. 2000. *Cost Management a Strategic Emphasis* (Terjemahan Susty Ambarriani) Jakarta: Salemba Empat
- Dahlan Siamat. 1999. *Manajemen Lembaga Keuangan*, Edisi kedua. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Dess, Gregory R., G.T. Lumpkin. 2003. *Strategic Management* International Edition, McGraw-Hill Irwin
- Erwin A Koetin, 2001. *Suatu Pedoman Investasi Dalam Efek di Indonesia*. Jakarta: Departemen Keuangan Republik Indonesia: Badan Pengawas Pasar Modal.
- Foulkner, David and Cliff Bowmen, 1997. *The Essense of Competitive Strategy*. (Terjemahan oleh Endang Sih Prapti), Yogyakarta: Andi Offset.

- Hitt, Michael A., R. Duane Ireland dan Robert E. Hoskisson. 1997. *Manajemen Strategis: Menyongsong Era Persaingan Bebas dan Globalisasi* (terjemahan Armand Hediyanto) Jakarta: Erlangga.
- Kaplan and Northern. 1998. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. (Terjemahan Murad dan AR Hendry Sitanggang) Jakarta: Erlangga.
- Karhi Nisajar and Winardi. 1997. *Manajemen Strategik*. Bandung: Mandar Maju.
- Mulyadi, 2001. *Balanced Scorecard; Alat Manajemen Kontemporer Untuk Pelipat Ganda Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muslimah, Susilowati. 1998. *Dampak Gaya Kepemimpinan, Ketidakpastian Lingkungan dan Informasi Job Relevant Terhadap Perceived Usefulness Sistem Anggaran*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol 1 , No.2 Juli, 1998.
- Sri Adiningsih, Farid Harianto, Goei Siau Hong, Suad Husnan, Insukindro, dan Masud Mahfudz, dkk: 1998. *Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia*. Jakarta. Bursa Efek Jakarta
- Sugiyono. 2000. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Supriyono. 1999. *Manajemen Biaya*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Suwarsono. 2000. *Pengaruh Peran Manajer Dalam Penyusunan Anggaran dan Pengendalian Serta Sistem Penghargaan Terhadap Pencapaian laba*. TKPA, Jakarta,.
- Tony Grundy. 1995. *Strategi Perusahaan: Corporate Strategy and Financial Decisions*. (Terjemahan Susanto Budi Darmo, Jakarta: Elex Media Kompetindo.